

**PELAKSANAAN STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO MENTARI FM SEBAGAI
RADIO KESEHATAN DI SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

EADHILA NUR JULIATI

L100170169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PELAKSANAAN STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO MENTARI FM SEBAGAI
RADIO KESEHATAN DI SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

EADHILA NUR JULIATI

L100170169

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom.

NIK. 1779

HALAMAN PENGESAHAN

**PELAKSANAAN STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO MENTARI FM SEBAGAI
RADIO KESEHATAN DI SURAKARTA**

OLEH

FADHILA NUR JULIATI

L100170169

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Kamis, 12 Agustus 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Vinisa N. Aisyah, M.I.Kom.

(.....)

(Ketua Dewan Penguji)

2. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom.

(.....)

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Sidiq Setyawan, M.I.Kom.

(.....)

(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,


Nurgiyatna S.T. M.Sc. Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 12 Juni 2021

Penulis



FADHILA NUR JULIATI

L100170169

PELAKSANAAN STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO MENTARI FM SEBAGAI RADIO KESEHATAN DI SURAKARTA

Abstrak

Perkembangan industri media informasi publik terus mengalami perkembangan dan perubahan mengikuti zaman, salah satunya radio. Sehingga di dalam dunia radio memiliki strategi-strategi dalam menarik dan mempertahankan pendengar. Salah satunya adalah Radio Mentari yang mencoba memberikan informasi kesehatan kepada pendengar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyiaran yang dilakukan oleh Radio Mentari dalam memberikan informasi kesehatan kepada pendengar. Teori yang akan dipakai merupakan teori *programming* menurut Sydney W.Head di mana terdapat lima strategi. Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara serta dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data secara sistematis, pembahasan kasus, kesimpulan, serta triangulasi sumber digunakan untuk validitas data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Mentari menggunakan kelima strategi *programming* yaitu kesesuaian, membangun kebiasaan, mengontrol aliran pendengar, pemilihan sumber daya program, dan daya tarik yang luas. Namun dalam strategi kesesuaian, Radio Mentari masih menggunakan prediksi sebagai salah satu upaya dalam mengetahui bagaimana aktivitas sehari-hari pendengarnya.

Kata Kunci: Strategi Penyiaran, Teori *Programming*, Radio Kesehatan, Radio Mentari

Abstrak

The development of the public information media industry continues to develop and change with the times, one of which is radio. So that in the radio world, there are strategies to attract and retain listeners. One of them is Radio Mentari which tries to provide health information to listeners. This study aims to analyze the broadcasting strategy carried out by Radio Mentari in providing health information to listeners. The theory that will be used is a programming theory according to Sydney W.Head in which there are five strategies. This research is a qualitative research with descriptive method. Collecting data using interview techniques and documentation. Data analysis in this study is data collection, data reduction, systematic presentation of data, case discussions, conclusions, and triangulation of data sources used for data validity. The results of this study indicate that Radio Menrari uses five programming strategies, namely compatibility, habit formation, control of audience flow, conservation of program resources, and breadth of appeal. However, in the strategy of conformity, Radio Mentari still uses predictions as an effort to find out how the daily activities of the audience are.

Keywords: Broadcasting Strategy, Programming Theory, Health Radio, Mentari Radio

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia informasi semakin berkembang dan memberikan manfaat yang cukup besar di berbagai aspek, salah satunya di dunia kesehatan. Menggunakan media, informasi kesehatan yang disampaikan oleh praktisi kesehatan akan lebih mudah dan cepat dalam menyebarkannya (Aprida

et al., 2015). Alo (2007), dalam bukunya yang berjudul “Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan” menjelaskan bahwa media informasi kesehatan masyarakat yang baik adalah media yang mampu menyampaikan pesan kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan, minat, dan tingkat penerimaan sasaran, sehingga dapat mempengaruhi sasaran untuk mengubah perilaku sesuai dengan pesan yang diterimanya (Alo, 2007).

Salah satu media informasi yang digunakan oleh masyarakat adalah radio. Radio merupakan salah satu media komunikasi massa dengan sifat dua arah yang dapat dinikmati melalui suara atau audio (Ani Wulandari, 2013). Walaupun radio sering disebut dengan media buta karena hanya menampilkan audio tanpa visual, namun radio menjalankan perannya sebagai sarana komunikasi massa yang tetap dipercaya oleh masyarakat dalam penyebaran penyampaian informasi publik (Widiyarsari et al., 2015). Haddow and Kims (2008) berpendapat bahwa kemampuan radio yang dapat mengkomunikasikan pesan mengenai bencana kepada publik, pemerintah, dan media dapat mengurangi resiko dampak bencana (Rudianto et al, 2020). Para ahli kesehatan juga telah mengakui manfaat radio dalam menyebarkan informasi kesehatan sekaligus memberikan pendidikan kepada pendengar tentang berbagai penyakit (Smith et al., 2011).

Radio yang berperan sebagai sumber informasi kesehatan salah satunya adalah Radio Mentari Surakarta, sekaligus satu-satunya radio kesehatan di Kota Surakarta. Hal tersebut terlihat dari latar belakang dan tujuan awal mereka yang menginginkan menjadi radio yang berfokus pada informasi kesehatan. Dalam dokumen profil Radio Mentari tertulis presentasi mata acara dengan beberapa tema, antara lain informasi kesehatan sebesar 25%, agama sebesar 20%, hiburan & musik sebesar 20%, pendidikan & kebudayaan sebesar 10%, olahraga sebesar 5%, berita sebesar 5%, dan sisanya sebesar 15% berupa iklan & layanan masyarakat.

Jihan selaku Koordinator Program Radio Mentari menjelaskan Radio Mentari bekerja sama dengan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta sejak tahun 2006. Radio Mentari memiliki *tagline* “Salam, Syiar, Sehat, dan Santun” dan mengudara pada frekuensi 98.00 MHz. Radio Mentari terletak di Balai Muhammadiyah Jl. Teuku Umar No. 5 Surakarta. Ciri khas penyiaran dari Radio Mentari adalah media syiar Islam dan kesehatan.



Gambar 1. Instagram Mentari FM
<https://www.instagram.com/radiomentarifmsolo/>



Gambar 2. Website Mentari FM
<https://radiomentarifm.com/>

Gambar 3. Twitter Mentari FM
<https://twitter.com/mentarifmsolo>

Radio Mentari melakukan komunikasi kesehatan untuk memberikan informasi kepada pendengarnya. Menurut Gery et al., (2003) komunikasi kesehatan biasanya berbasis masalah dan fokus pada mengidentifikasi, memeriksa, masalah perawatan, dan promosi kesehatan. Selain itu, komunikasi kesehatan juga dipahami sebagai studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi untuk menyebarkan informasi kesehatan yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas agar dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan (Alo, 2017).

Radio Mentari memiliki strategi untuk menyampaikan informasi kesehatan. David (2011) menjelaskan bahwa strategi dapat diartikan sebuah tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan (Putra et al., 2019). *Programming* merujuk kepada sebuah hasil atau proses yang meliputi pemilihan, penjadwalan, mempromosikan, dan mengevaluasi program (Triyana, 2021), sehingga akan menghasilkan format media dan membawa pendengar ke dalam program tersebut serta akan mempengaruhi finansial perusahaan (Armelsa, 2018). Adanya *programming* maka strategi yang telah dirancang oleh organisasi atau perusahaan media akan lebih mudah diwujudkan, sehingga dalam dunia penyiaran, *programming* erat hubungannya dengan strategi (Setianingrum, 2013).

Penelitian ini akan menggunakan teori *programming* menurut Sydney W. Head dalam buku Eastman (2013) dengan judul “Media Programming: Strategies & Practices”. Sydney W. Head menjelaskan ada lima elemen yang perlu diperhatikan dalam membuat strategi *programming* radio, antara lain strategi kesesuaian (*compability*), strategi membangun kebiasaan (*habit*

formation), strategi mengontrol aliran pendengar (*control of audience flow*), strategi pemilihan sumber daya program (*conservation of program resources*), dan strategi daya tarik yang luas (*breadth of appeal*).

Strategi *compability* (kesesuaian) merupakan strategi dalam menentukan kesesuaian penjadwalan program siar, pemilihan tipe program siar, dan pokok masalah kebutuhan khalayak bagi pendengar. Stasiun radio perlu mengetahui sasaran pendengar, supaya program yang dirancang sesuai dengan mereka. Program yang dirancang juga harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari pendengarnya. Radio perlu mempertimbangkan waktu dan kegiatan apa yang dikerjakan oleh pendengar pada saat itu, sehingga stasiun radio harus mengetahui rutinitas pendengarnya (Eastman & Ferguson, 2013).

Strategi *habit formation* (membangun kebiasaan) merupakan strategi di mana program yang dibuat oleh radio sudah memiliki waktu dan jadwal yang tetap dan tidak berubah. Hal ini akan memudahkan pendengar untuk mengikuti program tersebut. Strategi ini dapat menimbulkan sikap fanatik pendengar pada suatu program, sehingga mereka tidak akan melewatkan acara tersebut. Kebiasaan tayangan ini nantinya akan berpengaruh pada pemasangan iklan dalam melakukan promosi (Nuraeni et al., 2016).

Strategi *control of audience flow* (mengontrol aliran pendengar) merupakan tahap strategi di mana program siar yang ditayangkan dapat menjaga pendengar agar tidak berpindah ke stasiun radio lain. Hal ini dapat dilakukan dengan cara metode *countering* atau menyiarkan program yang berbeda dengan radio lain dan *blunting* atau menyiarkan program yang sama dengan radio lain (Setianingrum, 2013).

Program yang disiarkan sepanjang hari pastilah akan menyebabkan keterbatasan materi yang akan disampaikan. Adanya keterbatasan tersebut, berbagai upaya harus dilakukan agar materi yang terbatas dapat digunakan siaran sepanjang hari. Stasiun radio dapat melakukan pengemasan ulang materi dengan cara dan pendekatan yang berbeda. Hal ini dilakukan supaya pendengar tidak bosan dengan materi walau pernah disampaikan sebelumnya (Liliyana, 2017). Tahap ini merupakan tahap strategi *conservation of program resources* atau pemeliharaan sumber daya program.

Strategi *breadth of appeal* (daya tarik yang luas) merupakan strategi di mana radio harus melihat selera, kesukaan, dan minat pendengar itu berbeda-beda. Maka dari itu, program yang

dibuat oleh radio haruslah menarik supaya dapat menjangkau atau mengakomodir semua kesukaan dan minat pendengar. Namun, hal ini bergantung pada tujuan yang ingin dicapai melalui program yang disiarkan dan status organisasi radio (Prasetio et al., 2016).

Pada penelitian berjudul “Strategi *Programming* Radio Istana 95,0 FM Bojonegoro (Studi Kasus Pada Program Siaran Jimat dalam Menarik & Mempertahankan Pendengar)” menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Radio Istana dalam menarik dan mempertahankan pendengar program siaran Jimat dengan pemilihan jam tayang dan menyesuaikan aktivitas pendengar. Radio Istana juga melibatkan pendengar dalam melakukan setiap proses produksi, sehingga pendengar tidak pasif. Selain itu, Radio Istana juga memanfaatkan media sosial *facebook* sebagai penghubung kedekatan antara pendengar dan penyiar. Pendengar juga memiliki tempat berkumpul walau secara *online* (Setianingrum, 2013).

Penelitian lain dengan judul “Strategi Komunikasi Program Siaran Acara “Ketiban Sampur” dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar (Studi Kasus: RRI Surabaya Pro 4 96, 8 Surabaya)” juga akan menjadi rujukan penelitian. Penelitian tahun 2019 ini berfokus pada strategi yang dilakukan oleh RRI Pro 4 Surabaya dalam program siaran acara “Ketiban Sampur”, sehingga dapat bertahan hampir selama 10 tahun. Penelitian ini ditemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh RRI Pro 4 Surabaya dalam mempertahankan pendengar program siaran acara “Ketiban Sampur” dengan menyiarkan acara secara *live* setiap harinya. RRI Pro 4 Surabaya juga melakukan penyimpanan materi acara “Ketiban Sampur” di website resmi RRI yaitu, Puslitbangdiklat. Jika ingin disiarkan kembali maka akan disampaikan dengan format yang berbeda. Selain itu, mereka juga menyampaikan materi sesuai dengan keinginan dari pendengar (Ine et al., 2019).

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pelaksanaan strategi *programming* Radio Mentari Surakarta. Oleh karena itu, peneliti mencoba mengarahkan dengan merumuskan fokus penelitian berupa “bagaimana pelaksanaan strategi *programming* yang dilakukan oleh Radio Mentari FM sebagai radio kesehatan di Surakarta?”

1. METODE

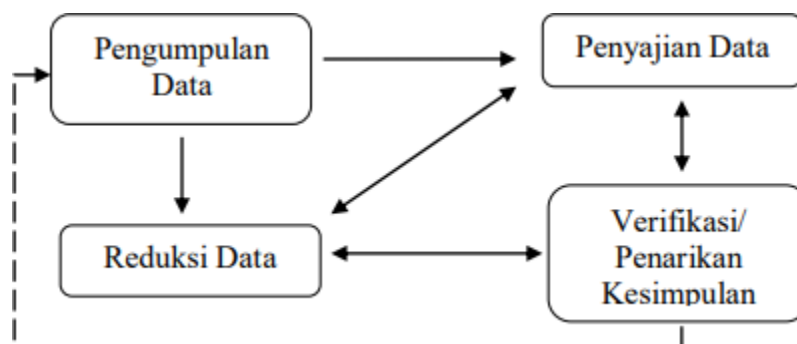
Penelitian dengan judul “Pelaksanaan Strategi *Programming* Radio Mentari FM sebagai Radio Kesehatan di Surakarta” ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Pujileksono (2015) penelitian deskriptif kualitatif merupakan proses penelitian berdasarkan fenomena sosial yang terjadi dan dijelaskan secara deskriptif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai atau karyawan yang ada di Radio Mentari berjumlah 25 orang. Sedangkan *sampling* yang akan digunakan adalah *non probability sampling* karena peneliti tidak memberikan peluang yang sama terhadap anggota populasi untuk dipilih. Teknik yang akan dipilih, yaitu *proposive sampling* dengan kriteria karyawan Radio Mentari, seseorang yang terlibat dalam program siar secara langsung, dan seseorang yang terlibat dalam perencanaan program siar.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan peneliti dengan melakukan wawancara yang mendalam untuk menggali informasi secara bebas, terbuka, dan tentunya mendalam dengan fokus terhadap masalah penelitian yang diarahkan pada pusat penelitian. Sedangkan data sekunder melalui dokumentasi dan studi pustaka. Dokumentasi yang digunakan berupa profil Radio Mentari, hasil pelaksanaan program kerja dalam memberikan informasi kesehatan kepada pendengar, dan susunan organisasi dalam Radio Mentari. Dokumen ini digunakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode wawancara (Sugiyono, 2016).

Peneliti menganalisis data dengan beberapa komponen, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data secara sistematis, pembahasan kasus, kemudian kesimpulan sebagai bahan kajian pembahasan permasalahan. Penyajian data dilakukan dengan sistematis untuk memberi gambaran yang konkrit keadaan objek penelitian. Pembahasan dilakukan berdasarkan tinjauan pustaka yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Kemudian kesimpulan diambil setelah mendapatkan gambaran lengkap tentang objek penelitian sebagai hasil akhir penelitian.

Alur analisis data dapat dilihat seperti gambar di bawah ini:



Komponen dalam analisis data (*interactive model*)

(Sugiyono, 2016)

Setelah itu akan dilakukan validasi data yang telah dianalisis untuk penguatan hasil analisis dan pembuktian secara konsisten sehingga terciptalah akurasi di dalam penelitian. Peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi ini membandingkan dan mengecek informasi dari sumber yang berbeda (Kriyantono, 2006). Peneliti akan membandingkan hasil wawancara, studi dokumen, jurnal, dan sebagainya.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Hasil Penelitian

Stasiun radio merupakan sebuah industri media yang mempunyai produk dengan nilai jual, sehingga dapat bertahan. Produk tersebut merupakan program siar yang ditayangkan, sehingga menimbulkan pengaruh positif dan menjadi salah satu faktor pendukung dalam meraih sasaran pendengar (Nur R & Pamungkas, 2014). Program acara radio disiarkan untuk memberikan edukasi, informasi, dan hiburan bagi masyarakat (Liliyana, 2014).

Proses penelitian ini melibatkan koordinator program dan dua penyiar Radio Mentari Surakarta sebagai informan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Berikut daftar informan:

No	Nama	Jabatan
1.	Jihan Syafira	Koordinator Program Radio Mentari Surakarta
2.	Iqbal Atmaka	Penyiar Radio Mentari Surakarta
3.	Ilma Rania	Penyiar Radio Mentari Surakarta

Peneliti melakukan wawancara secara langsung selama lima bulan. Hasil penelitian disusun berdasarkan teori *programming* oleh Sydney W. Head yang menjadi alat analisis dalam penelitian. Terdapat lima strategi yang digunakan oleh Radio Mentari untuk memberikan informasi kesehatan kepada pendengarnya.

a. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi *compability* (kesesuaian) merupakan strategi dalam menentukan kesesuaian penjadwalan program siar, pemilihan tipe program siar, dan pokok masalah kebutuhan khalayak bagi pendengar. Stasiun radio perlu mengetahui sasaran pendengar supaya program

yang dirancang sesuai dengan mereka. Program yang dirancang juga harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari pendengarnya. Radio perlu mempertimbangkan waktu dan kegiatan apa yang dikerjakan oleh pendengar pada saat itu, sehingga stasiun radio harus mengetahui rutinitas pendengarnya (Eastman & Ferguson, 2013). Strategi ini akan tercermin melalui penentuan segmen radio.

Menurut Jihan sasaran pendengar dari program kesehatan adalah semua segmen usia. Hal tersebut juga didukung oleh Iqbal bahwa:

“Program Obat atau Obrolan Sehat (salah satu program kesehatan yang dimiliki oleh Radio Mentari) itu merupakan program untuk semua segmen dari bapak, ibu, dan anak. Tema di program tersebut dibuat secara universal yang bisa mencakup semua. Jadi kita berusaha semua segmen kita rangkul.” (Iqbal, Wawancara, 21 Maret 2021)

Jihan menjelaskan dalam menentukan jadwal program siaran Radio Mentari melakukan kesepakatan dengan pihak yang diajak bekerja sama. Iqbal juga menambahkan, salah satu pihak yang bekerja sama dengan Radio Mentari adalah RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Jihan dan Iqbal menyatakan dalam penentuan jam program siaran Radio Mentari tidak melakukan survei aktivitas pendengar, melainkan hanya memposisikan sebagai mereka.

Walau disiarkan tidak sesuai dengan aktivitas pendengar, atensi pendengar terhadap program kesehatan cukup bagus. Hal tersebut terlihat dari adanya *WhatsApp*, SMS, dan telepon yang masuk. Dengan melakukan panggilan akan membentuk hubungan interpersonal dan dapat meningkatkan pengalaman interpersonal penelepon (Armstrong & Rubin, 1989). Namun, menurut Jihan intensitas pendengar meningkat pada saat pendengar berada di jalan. Hal tersebut diketahui dari laporan direktur Radio Mentari.

Dalam dokumen “Profil Radio Mentari” tahun 2010 tertulis mereka memiliki *tagline* “Radio Kesehatan Solo”. Selain itu, visi Radio Mentari ingin menjadi media informasi kesehatan dambaan utama umat menuju masyarakat sehat dan sejahtera. Sedangkan misinya memberikan informasi dan komunikasi berbasis kesehatan secara profesional. Adapun tujuan dari Radio Mentari adalah terbentuknya umat yang sehat dan sejahtera. Dengan adanya visi, misi, dan tujuan tersebut mempengaruhi Radio Mentari dalam menentukan tipe program dan lebih banyak menyiarkan program kesehatan. Dalam dokumen tersebut juga dijelaskan bahwa penggolongan dan presentase mata acara informasi kesehatan dan agama, yaitu sebesar 25% dan 20%. Ilma menambahkan bahwa:

“Program kesehatan disiarkan setiap pagi, siang, dan malam hari. Karena untuk jam siar sudah ditetapkan sesuai dengan pengajuan perijinan ke KPID bahwa program kesehatan lebih banyak daripada program dakwah dan musik.” (Wawancara, Ilma, 16 Maret 2021)

Walupun presentase acara program kesehatan lebih besar dari pada agama, namun dalam dokumen “Deskripsi Acara Minggu Radio Mentari 2020” tertulis program kesehatan berjumlah 9, sedangkan program agama berjumlah 18. Program agama dua kali lipat lebih banyak dari pada program kesehatan.

Ilma menjelaskan kemasan program disesuaikan dengan *background* Radio Mentari dan memiliki salam yang berbunyi “Salam Syiar Sehat dan Santun”. Sehingga cara penyampaian penyiar kepada pendengar harus santun dan menempatkan diri seperti anak muda menghormati orang tua. Jadi menurut Iqbal tingkat kesantunan, tempo, dan intonasi dalam melakukan siaran program Radio Mentari dilakukan secara perlahan. Jihan, Ilma, dan Iqbal sepakat bahwa Radio Mentari perlu memberikan topik siaran yang sering terjadi di masyarakat supaya memenuhi kebutuhan pendengar.

Iqbal menjelaskan penyiar tidak boleh monoton dan harus santai saat siaran namun, informasi tetap bisa tersampaikan. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Jihan bahwa:

“Pada saat siaran, penyiar memiliki peran untuk mengajak pendengar lebih aktif dengan narasumbernya. Jadi peran penyiar harus menguasai materi dan harus bisa berkomunikasi dengan narasumber dengan baik.” (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Ilma juga menambahkan bahwa:

“Program (kesehatan) dialog dikemas dengan semi formal dan tidak dibawakan secara kaku.” (Wawancara, Ilma, 16 Maret 2021)

Dari temuan di atas menunjukan Radio Mentari tidak melakukan survei terhadap aktivitas harian pendengar dalam menentukan jam program siarnya. Namun, Radio Mentari merujuk pada jam kerja dari Rumah Sakit PKU Muhammadiyah. Dalam penelitian terdahulu, Auto Radio 88.9 FM Bandung juga melakukan kesepakatan dengan instansi lain, yaitu Ikatan Motor Indonesia (IMI) Jawa Barat untuk menyiarkan suatu program (Prasetio et al., 2016).

Dalam buku Eastman (2013), Sydney W. Head menjelaskan penentuan dalam pembuatan program disesuaikan dengan aktivitas pendengar dan tidak dijelaskan cara mengetahui aktivitas pendengar secara pasti oleh Sydney. Dalam penelitian ini penjadwalan program tidak dilakukan dengan survei namun, dengan metode yang lain. Radio Mentari

mengetahui aktivitas pendengar melalui *feedback audience* melalui telepon, SMS, atau *WhatsApp*.

b. Strategi Membangun Kebiasaan (*Habit Formation*)

Strategi *habit formation* (membangun kebiasaan) merupakan strategi di mana program yang telah dibuat oleh radio sudah memiliki waktu dan jadwal yang tetap dan tidak berubah. Hal ini akan memudahkan pendengar untuk mengikuti program tersebut. Strategi ini dapat menimbulkan sikap fanatik pendengar pada suatu program, sehingga mereka tidak akan melewatkan acara tersebut. Kebiasaan tayangan ini nantinya akan berpengaruh pada pemasangan iklan dalam melakukan promosi (Nuraeni et al., 2016). Strategi ini tercermin melalui penjadwalan program siaran radio.

Menurut Ilma Rania dan di dalam dokumen “Blocking Acara Mingguan Radio Mentari 2020” dijelaskan program kesehatan disiarkan setiap hari dengan berbagai macam nama program. Hal tersebut disetujui oleh Iqbal Atmaka dan Jihan Syfira bahwa:

“Setiap hari kita (Radio Mentari) ada program sehat, untuk program dialog setiap hari dari jam 10.00 sampai 11.00. Kemudian untuk program Obat (Obrolan Sehat) kita sehari ada.” (Wawancara, Iqbal, 21 Maret 2021)

“Dari senin jam 10 ada dapur sehat ada ahli gizi, selasa ada Tanya Dokter, jumat ada Operasi. Dan Untuk Obat kita rekaman dan disiarkan setiap hari, ada tiga kali. Pagi jam 09.30 sampai 10.00, Siang dari jam 11.00 sampai 11.30, dan malam dari 19.30 sampai 20.00.” (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Dokumen “Blocking Acara Mingguan Radio Mentari 2020” menuliskan Hari Senin hingga Jum’at, jam 10.00 - 11.00 WIB menghadirkan program kesehatan. Hari Senin ada program Dapur Sehat, Hari Selasa ada program Tanya Dokter, Hari Rabu ada program Wanita Sehat, Hari Kamis ada ASI (Anak Sehat Indonesia), Hari Jum,at ada Operasi (Obrolan Perawat dan Paramedis), Sedangkan Hari Ahad pukul 09.00 – 10.00 WIB ada program Jamu Gendong. Program Obat (Obrolan Sehat), program informasi kesehatan yang membahas berbagai masalah seputar dunia kesehatan disiarkan tiga kali sehari pada pukul 09.30 – 10.00 WIB, 11.00 – 11.30 WIB, dan 19.30 – 20.00 WIB. Jihan dan Ilma menjelaskan bahwa program tersebut sudah ada sejak berdirinya Radio Mentari.

“Sejak awal beridiri Radio Mentari sudah ada, cuma untuk narasumber kan ganti-ganti seiring perkembangan dokter dan tenaga medis PKU, ada dokter lama, ada pula dokter baru.” (Wawancara, Jihan, 14 April 2021)

Menurut Jihan, Iqbal, dan Ilma adanya jadwal program kesehatan yang disusun dan disiarkan oleh Radio Mentari telah berhasil mencapai target pendengarnya. Ilma Rania menyatakan, bahwa pencapaian tersebut dapat dilihat dari respon pendengar melalui SMS ataupun *WhatsApp*. Pendengar lebih merespon program dialog bersama dokter atau ahli gizi dengan tema yang sesuai keadaan di masyarakat, seperti yang dikatakan oleh Jihan Syafira:

"Dengan program dialog yang kita memang membuka siapa yang ingin bertanya. Berhasil atau tidaknya berarti bisa kita lihat dengan adakah pertanyaan yang masuk dan itu ada. Ada yang bertanya, melakukan respon, dan partisipan. Waktu program dialog yang telpon pun banyak dan tidak dibatasi." (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Adanya program kesehatan, Radio Mentari merasakan dampak iklan yang masuk. Menurut Jihan, Iqbal, dan Ilma iklan yang masuk adalah apapun yang memiliki hubungan dengan kesehatan. Iqbal menjelaskan seperti obat-obat farmasi dari dinkes atau dinas kesehatan dan ditambah oleh Ilma ada klinik dan rumah sakit. Namun, ada juga iklan yang tidak boleh masuk seperti rokok dan jamu.

"Berdampak dan itu kaitannya dengan kesehatan, Iklan yang masuk tetap mengenai PKU, seperti PKU sampangan, dan stikes PKU. Kalau ingin mengiklankan prodak-prodak kita (Mentari) harus minta izin dengan RS PKU, namun kemarin ada Kima Farma masuk dan diizinkan. Sebenarnya lebih menanyakan produk yang masuk itu patut atau tidak untuk diiklankan. Fisioterapi, jamu, ahli gizi rumahan tidak boleh dan sebagai gantinya kita arahkan untuk menuju ke RS PKU." (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Produk yang masuk akan diiklankan pada waktu-waktu tertentu. Menurut Jihan iklan yang masuk ke Radio Mentari disiarkan setiap program acara kesehatan. Namun, Ilma menjelaskan iklan tersebut disiarkan setiap acara dialog, acara musik pagi, dan siang hari.

Radio Mentari sempat melakukan pergantian beberapa program, menurut Ilma dan Jihan hal tersebut dikarenakan narasumber yang tidak mengisi program. Radio Mentari pernah mengganti program dengan nama Nurani Bercahaya dan ASI (Anak Sehat Indonesia) pergantian dari program Serasa (Sehat merawat Saraf). Saat ada pandemi Covid-19 hanya teknis siaran Radio Mentari yang berubah. Seperti yang dikatakan oleh Ilma dan Jihan:

"Tidak ada (perubahan program) kalau sewaktu pandemi" (Ilma, Wawancara, 15 April 2021)

"Kalau program acara tidak ada (yang berubah), namun kalau teknis acara ada (yang berubah). Yang biasanya on air narasumbernya datang. Sekarang tekniknya jarak jauh atau tidak hadir ke radio. Jadi susunan acara tetap sama walau pandemi kita laksanakan program itu seperti biasanya." (Jihan, Wawancara, 14 April 2021)

Dari temuan di atas menunjukkan bahwa Radio Mentari telah melakukan penjadwalan program kesehatan secara rutin sehingga dapat mencapai target pendengar dan menimbulkan sifat fanatik. Selain itu, iklan juga masuk ke Radio Mentari. Dalam penelitian terdahulu Radio Komunitas Seni Budaya (RKSB) Ujung Berung Kota Bandung juga melakukan penjadwalan siaran dengan waktu yang tetap dan tidak berubah-ubah dengan tujuan pendengar mudah mengingat jadwal dan nama program (Nuraeni et al, 2016).

c. Strategi Mengontrol Aliran Pendengar (*Control of Audience Flow*)

Strategi *control of audience flow* (mengontrol aliran pendengar) merupakan tahap strategi di mana program siar yang ditayangkan dapat menjaga pendengar agar tidak berpindah ke stasiun radio lain. Hal ini dapat dilakukan dengan cara metode *countering* atau menyiarkan program yang berbeda dengan radio lain dan *blunting* atau menyiarkan program yang sama dengan radio lain (Setianingrum, 2013).

Steiner mengungkapkan dengan adanya persaingan akan menyebabkan duplikasi program siar (Chambers, 2003). Namun Radio Mentari FM tidak memiliki pesaing dan menjadi satu-satunya radio kesehatan di Surakarta berdasarkan latar belakang dan tujuan awal mereka yang menginginkan menjadi radio yang berfokus pada informasi kesehatan. Satu-satunya radio kesehatan di Kota Surakarta membuktikan bahwa Radio Mentari menjaga pendengar agar tidak berpindah ke stasiun radio lain dengan cara *countering* (menyiarkan program yang berbeda dengan radio lain). Penelitian terdahulu Radio Republik Indonesia (RRI) Marauke juga merupakan radio yang banyak didengar oleh masyarakat Papua untuk dijadikan sebagai sumber informasi utama mereka, sehingga memaksimalkan jumlah pendengar tidaklah terlalu sulit (Juditha et al., 2016).

Menurut Ilma, Iqbal, dan Jihan Radio Mentari tidak memiliki kompetitor radio di bidang kesehatan. Terlihat dari latar belakang Radio Mentari yang berfokus terhadap pemberian informasi kesehatan kepada pendengar. Menurut Jihan dan Iqbal dengan tidak adanya kompetitor membuat Radio Mentari masih merasa aman untuk menjadi radio kesehatan dan tidak beralih ke bidang yang lain. Namun, berbeda dengan tanggapan dari Ilma yang menyatakan bahwa:

"Dengan tidak adanya kompetitor membuat kita (Radio Mentari) susah apakah yang kita lakukan ini sudah cukup atau belum." (Wawancara, Ilma, 16 Maret 2021)

Ilma menjelaskan untuk mempertahankan pendengar dengan cara memperhatikan materi

yang dibutuhkan atau sesuai dengan keadaan di masyarakat, seperti masalah sariawan dan diare. Iqbal menambahkan, seperti permasalahan diabetes dan fertigo. Jihan menambahkan juga bisa mengenai tips menjaga imun tubuh di masa pandemi, bersepeda saat pandemi, dan mengenai vaksin.

Selain tema, Iqbal menyatakan bahwa cara penyampaian penyiar juga dapat mempertahankan pendengar. Pembawaan penyiar perlu dilakukan dengan santun, seperti menempatkan diri sebagai anak muda yang menghormati orang tua. Pada saat siaran, penyiar perlu memperhatikan tempo dan intonasinya diatur lebih *slow* dan tidak terlalu *cheers full*, seperti radio anak muda pada umumnya. Ilma juga menambahkan bahwa bahasa yang digunakan oleh penyiar adalah bahasa baku dan pembawaan dilakukan dengan semi-formal atau tidak kaku. Lagu yang diputar memiliki beat yang *slow* dan lembut, seperti lagu yang dinyanyikan oleh Rosa dan Krisdayanti.

Namun, Jihan menyampaikan hal yang berbeda dalam mempertahankan pendengarnya bahwa:

"Konsisten dan penyiar harus belajar sebelum siaran, maksudnya harus menguasai materi dan harus bisa berkomunikasi dengan narasumber. Selain itu harus bisa memilih narasumber yang bisa untuk siaran." (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Radio Mentari juga berusaha melakukan pendekatan dengan pendengar, antara lain mengadakan *giveaway* dan melakukan kuis di Instagram.



Gambar 4. Instagram Mentari FM
<https://www.instagram.com/radiomentarifmsolo/>

Berbagai cara mempertahankan target pendengar yang telah dijelaskan oleh Iqbal, Ilma, dan Jihan, membuat Radio Mentari memiliki pendengar setianya. Ilma menyampaikan bahwa ada pendengar yang melakukan *streaming* melalui *website* Radio Mentari karena sedang

berada di luar jangkauan siaran. Iqbal menambahkan, penyiar akan kenal dengan pendengar setia walau hanya mendengar suaranya. Jihan juga mengatakan bahwa:

"Bahkan kita sudah tau nama-nama mereka. Dan nomer mereka yang menjadi pendengar setia kita simpan nomernya." (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Jihan menjelaskan banyaknya pendengar yang interaktif dapat menghabiskan durasi program yang telah ditentukan. Iqbal menambahkan, bahwa setiap siaran program dialog kesehatan dibatasi dengan tiga orang penelpon supaya tidak terlalu kepanjangan, sehingga informasi yang disampaikan tidak sedikit. Namun, jika pendengar interaktif melalui SMS atau *WhatsApp* bisa lebih dari tiga pendengar. Seperti yang dikatakan oleh Ilma bahwa setiap program ada dua hingga tiga pendengar setia yang bergabung untuk interaktif.

Radio Mentari pun juga melakukan evaluasi program kesehatan. Ilma menjelaskan ada evaluasi program siaran dan evaluasi penyiar. Evaluasi program siaran merupakan evaluasi yang membahas mengenai berjalannya program yang ada termasuk program kesehatan dan bisa juga melaporkan keluhan dari pendengar. Sedangkan, evaluasi penyiar merupakan agenda yang mengevaluasi kualitas penyiar. Iqbal menambahkan, evaluasi program dilakukan secara rutin dua bulan sekali yang dilakukan dengan seluruh *crew* dan direktur Radio Mentari. Hasil evaluasi tersebut akan diserahkan pada RS PKU Muhammadiyah supaya memberikan *feedback*. Jihan menjelaskan hal tersebut dilakukan karena Radio Mentari adalah bagian dari RS PKU Muhammadiyah, jadi semua akan dilaporkan. Ada juga rapat pleno dengan RS PKU Muhammadiyah Surakarta setiap tiga bulan sekali.

Jihan menjelaskan bahwa evaluasi terakhir dilaksanakan tanggal 2 Maret 2021 membahas mengenai perubahan jadwal siaran dan adanya program Ramadhan. Hasil evaluasi tersebut, antara lain terbentuklah program kuis sahur sehat, kuis jelang buka, dan membahas mengenai *event off air* di Bulan Ramadhan yang bekerja sama dengan Lazismu. Ilma menjelaskan juga bahwa:

"Membahas mengenai persiapan Ramadhan. Waktu sahur dan buka puasa ada program, ada quiz juga dan biasanya ada sponsor yang masuk untuk memberikan hadiah quiz yang Radio Mentari buat. Namanya quiz sahur dan quiz menjelang buka." (Wawancara, Ilma, 15 April 2021)



Gambar 5. Instagram Mentari FM
<https://www.instagram.com/radiomentarifmsolo/>

d. Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program (*Conservation of Program Resources*)

Dalam buku Eastman (2013), Sydney W. Head menjelaskan, bahwa program yang disiarkan sepanjang hari pastilah akan menyebabkan keterbatasan materi yang akan disampaikan, sehingga berbagai cara harus dilakukan supaya materi yang terbatas dapat digunakan siaran sepanjang hari. Misalnya, dapat melakukan pengemasan ulang materi dengan melakukan cara dan pendekatan yang berbeda.

Ilma, Jihan, dan Iqbal menjelaskan bahwa dalam penentuan materi Radio Mentari menyesuaikan dengan topik yang sedang dihadapi oleh pendengar, misalnya seputar pandemi Covid-19. Tema dalam program dialog kesehatan akan ditentukan oleh dokter yang akan menjadi narasumber karena mereka lebih mengetahui penyakit yang sering dihadapi di lapangan. Ilma menambahkan selain dari dokter, Radio Mentari dapat mengetahui apa yang sedang terjadi melalui pendengar yang melaporkan kondisinya melalui telpon interaktif.

Shaw (1993) menyatakan format radio memiliki ciri khas karena penyiar membuat format sesuai dengan selera khalayak sehingga dapat membuat masuknya pengiklan (Chambers, 2003). Iqbal menjelaskan Radio Mentari melibatkan penyiar dalam menentukan topik siaran di program reguler, yaitu Obrolan Sehat (Obat). Penyiar perlu memperhatikan sumber yang akan menjadi materi pada program tersebut. Jihan menjelaskan bahwa informasi kesehatan yang akurat didapatkan dari *website* tertentu. Iqbal menambahkan, materi perlu bersumber dari jurnal ilmiah, pendapat ahli, atau dokter, sehingga bisa dipertanggungjawabkan. Ilma dan

Jihan menjelaskan, bahwa perlunya sumber yang akurat karena tidak ada penyiar Radio Mentari dengan latar belakang kesehatan. Jihan menyebutkan *website* yang dipakai, antara lain Republika kesehatan dan Wolipop. Ilma menambahkan *website* yang dipakai selain itu adalah Halo Sehat dan Dokter Sehat.

Dalam menentukan materi yang akan disampaikan, Radio Mentari membuat rancangan materi. Menurut Iqbal, untuk program Obat sudah ada buku khusus mengenai rancangan materi disusun setiap bulannya yang akan disiarkan oleh penyiar. Namun, bisa berganti menyesuaikan informasi kesehatan terbaru.

Radio Mentari juga mencoba memvariasikan topik yang pernah tersampaikan. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan Jihan yang mengatakan bahwa:

“Untuk topik tidak pernah kehabisan. Kan kita ganti-ganti narasumber dan memiliki keahlian sendiri. Bisa juga gini, topik yang disampaikan pernah disiarkan namun penyampaian dengan narasumber yang berbeda. (Wawancara, Jihan, 24 Maret 2021)

Selain itu Ilma juga melakukan variasi materi yang pernah disampaikan sebelumnya, dia menyampaikan bahwa:

“Pernah ada dititik bingung ingin meyiarkan materi tentang apa karena sudah disampaikan semua dan akhirnya tetap mengulanginya namun tidak secara keseluruhan. Misal dulu mengambil lima point, namun sekarang diambil tiga point. Namun, tetap mencari-cari suatu hal yang sekarang. Jadi seperti menambah, menambal, dan mengurangi materi siaran saja” (Wawancara, Ilma, 16 Maret 2021)

Jihan dan Ilma menjelaskan, dari Radio Mentari belum ada upaya dalam mengembangkan tema siar melalui *workshop* atau pelatihan karena banyaknya agenda yang akan dijalankan. Jadi penyiar Radio Mentari hanya melakukan *shering* dengan penyiar lain dalam mengembangkan tema yang akan disiarkan.

Dari temuan di atas menunjukan upaya Radio Mentari untuk mengatasi keterbatasan materi yang akan disampaikan kepada pendengar. Dalam penelitian terdahulu, Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya Pro 4 96,8 pada program siaran acara “Ketiban Sampur”, materi disimpan di *website* resmi RRI yaitu Puslitbangdiklat. Jika suatu saat atau dikemudian hari program acara “Ketiban Sampur” ingin disiarkan kembali kepada pendengar, tentu akan disajikan dengan sentuhan atau format siaran yang berbeda (Ine et al., 2019).

e. Strategi Daya Tarik yang Luas (*Breadth of Appeal*)

Dalam buku Easmant (2013) Sydney W. Head menjelaskan Strategi *breadth of appeal*

(daya tarik yang luas) merupakan strategi di mana radio harus melihat bahwa selera, kesukaan, dan minat pendengar itu berbeda-beda. Maka dari itu, program yang dibuat oleh radio haruslah menarik agar dapat menjangkau atau mengakomodir semua kesukaan dan minat pendengar. Namun, hal ini bergantung pada tujuan yang ingin dicapai melalui program yang disiarkan dan status organisasi radio (Prasetio et al., 2016).

Ilma dan Jihan menjelaskan ada beberapa program yang mengakomodir minat atau selera pendengar. Program hiburan dan musik, antara lain MP3, Pilkina, Tensi, Demam, Merajut Memori, Albumin, Ananda Mentari, Silaturahmi Sahabat, M&M, Mentari Ploes, Middle Song, dan Mentari Top 15. Sedangkan untuk program pendidikan, antara lain Pendidikan Umum dan Ensiklopedia Pendidikan.

Jihan menerangkan program Pendidikan Umum bekerja sama dengan Dikdasmen (Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah) Surakarta untuk membantu menjadwalkan sekolah Muhammadiyah di Surakarta menjadi narasumber di Radio Mentari. Dikdasmen akan sedikit terbantu menjalankan tugasnya di bidang pendidikan (Asmaria & Ponirin, 2013) saat bekerjasama dengan Radio Mentari. Hal ini membantu Dikdasmen dalam mempromosikan sekolah Muhammadiyah di Surakarta secara efektif kepada pendengar

Menurut Ilma, dasar disiarkannya program hiburan dan pendidikan oleh Radio Mentari adalah:

“Soalnya kalau kesehatan saja nanti tidakimbang. Kita (Radio Mentari) kan dibawah RS PKU dan RS PKU di bawah Muhammadiyah. Sedangkan Muhammadiyah itu organisasi islam, jadi ada dakwahnya. Kalau adanya program hiburan untuk menyeimbangkan, kita (Radio Mentari) kan basicnya adalah radio kesehatan, kita tidak mungkin memberikan informasi kesehatan terus-menerus, jadi ada selipan untuk hiburan bagi pendengar. Selain itu, surat perizinan dan terkenalnya kita (Radio Mentari) ke KPID itu sebagai radio kesehatan, bukan radio dakwah.” (Wawancara Ilma, 19 Mei 2021)

Jihan pun juga menyampaikan, bahwa:

“Adanya program pendidikan dikarenakan Muhammadiyah memiliki AUM (Amal Usaha Muhammadiyah) di bidang pendidikan yang cukup besar. Jadi mencoba menjadi wadah bagi mereka untuk menyebarkan informasi. Kalau program hiburan dikarenakan adanya perijinan kita (Radio Mentari) ke KPID Semarang bahwa adanya program hiburan. Agar perijinan tersebut sesuai, maka kita adakan program hiburan.” (Wawancara Jihan, 19 Mei 2021)

Bidang pendidikan merupakan salah satu Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) yang menempati urutan teratas diantar lainnya. Dimulai dari tingkat Taman Kanak-Kanak, Pondok Pesantren, Sekolah Umum, Madrasah, hingga Perguruan Tinggi (Asmaria &

Ponirin, 2013).

Menurut Jihan dan Ilma program pendidikan, hiburan, dan musik yang ada di Radio Mentari sudah ditentukan sejak dulu oleh direktur pertama Radio Mentari. Jihan menambahkan juga bahwa:

“Kita (Radio Mentari) tinggal meneruskan dan bongkar pasang, maksudnya jika program masih bisa dipakai akan diteruskan, kalau tidak sesuai akan diganti. Nama program mayoritas memang seperti ini sejak dulu dan hanya sedikit yang dirubah. Ada perubahan di program Pendidikan Umum yang dulu hanya searching informasi tentang pendidikan, skrng kita (Radio Mentari) kerja sama dengan sekolah Muhammadiyah yang ada di Solo.” (Wawancara Jihan, 19 Mei 2021)

Ilma juga menjelaskan program tersebut dibuat oleh bagian pemograman Radio Mentari. Respon pendengar cukup bagus terhadap program pendidikan, hiburan, dan musik. Pendengar cukup aktif untuk *request* lagu dan *feedback* terhadap penyiar, misalnya topik yang dibahas mengenai informasi cuaca dan pendengar akan melakukan *feedback* dengan memberi informasi cuaca juga di wilayah mereka.

Jihan mengatakan pendengar di program acara pendidikan, hiburan, dan musik tetap ada dan cukup banyak. Sampai-sampai waktu program yang telah ditentukan dirasa masih kurang karena banyaknya pendengar yang bergabung.

Program pendidikan, hiburan, dan musik Radio Mentari tetap bernuansa kesehatan dan Islami, seperti yang dikatakan oleh Jihan bahwa:

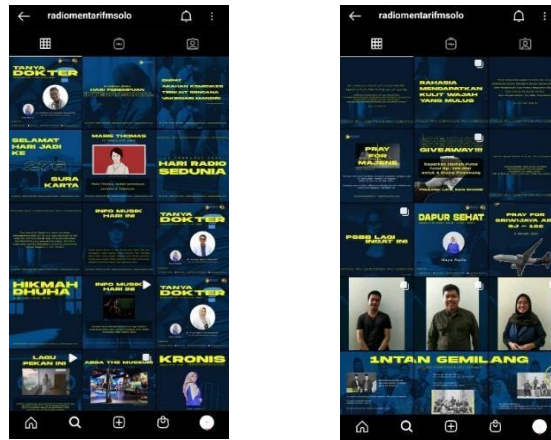
“Program tersebut kebanyakan adalah request lagu, tapi ada inovatif juga misal hari ini adalah hari buku jadi cari info tentang buku dan itu berkaitan dengan pendidikan. Misalnya lagi, hari ini mengenai kesehatan dunia, jadi kita angkat mengenai info kesehatan tips dan trik. Diselipkan (informasi) dakwah juga bisa, misal memberikan pesan hadist tentang kesabaran. Kalau pendidikan kita (bekerja sama) dengan sekolah yang berbasis islam terutama sekolah Muhammadiyah. Kalau untuk program yang (lagu) nostalgia kita full request lagu karena keterbatasan waktu.” (Wawancara Jihan, 19 Mei 2021)

Ilma juga menjelaskan bahwa:

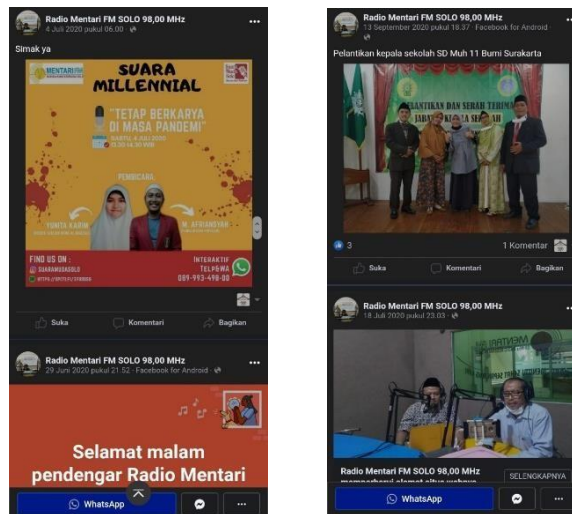
“Masih, misalnya program hiburan Pilkina kita (Radio Mentari) memberikan selingan info mengenai banyak yang terkena diare jadi tetap memberikan informasi mengenai kesehatan dan tetap berjalan sesuai track kita yaitu radio kesehatan. Dan juga diselipkan info agama juga, seperti mengingatkan untu berpuasa Syawal. Jadi kita tetap membawa pesan kesehatan dan agama, namun dengan kemasan yang berbeda. Kalau program dakwah dan pendidikan kan serius. Tapi kalau hiburan sifatnya lebih santai.” (Wawancara Ilma, 19 Mei 2021)

Dalam menarik pendengar lebih luas, Jihan menjelaskan bahwa Radio Mentari menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook* sebagai sarana untuk menarik

pendengarnya. Iqbal juga menambahkan penjelasan bahwa *Instagram* Radio Mentari biasanya menyebarkan konten atau informasi kesehatan, dakwah, dan musik.



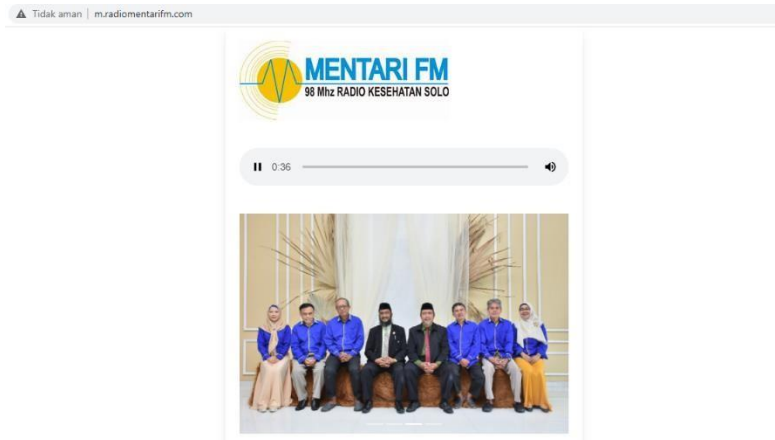
Gambar 6. Instagram Mentari FM
<https://www.instagram.com/radiomentarifmsolo/>



Gambar 7. Facebook Radio Mentari FM
<https://www.facebook.com/Radio-Mentari-FM-SOLO-9800-MHz-101964618243046/>

Ilma pun menjelaskan pula, bahwa:

"Kita menggunakan Instagram, facebook, dan streaming untuk menarik target pendengar. Di Facebook dan Instagram kita membagikan informasi mengenai acara yang akan disiarkan oleh Mentari FM. Di Facebook dan Instagram hampir sama mengenai apa saja yang diupload, hanya saja pengemasannya yang berbeda diantara keduanya. Instagram Mentari FM lebih aktif ketimbang Facebook." (Ilma, Wawancara, 16 Maret 2021)



Gambar 8. Website (Radio Streaming) Radio Mentari FM
<http://m.radiomentarifm.com/>

Radio Mentari juga mengupload video siaran ulang di *Facebook* untuk menarik pendengar yang lebih suka melihat daripada mendengarkan.



Gambar 9. Facebook Radio Mentari FM
<https://www.facebook.com/Radio-Mentari-FM-SOLO-9800-MHz-101964618243046/>

Dari temuan di atas menunjukkan upaya Radio Mentari dalam melakukan strategi daya tarik yang luas. Dalam penelitian terdahulu, Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya Pro 4 96,8 dalam program acara “Ketiban Sampur” memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan yang diinginkan oleh pendengarnya. Di dalam program tersebut mereka memberikan apa yang dibutuhkan oleh pendengarnya. Misalnya, pendengar *request* lagu maka penyiar akan memutarkannya sehingga pendengar merasa istimewa dan diutamakan. Jadi, program acara tersebut melayani kebutuhan dari pendengar dan itulah yang menjadi faktor daya tariknya (Ine et al., 2019).

2.2 Pembahasan

Teori *programming* digunakan untuk mengetahui strategi Radio Mentari dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian lain yang menggunakan teori *programming* menjelaskan bahwa penggunaan teori ini dapat menjelaskan tentang penyusunan program siaran radio ataupun televisi dalam periode harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan (Setianingrum, 2013).

Dalam penelitian ini diketahui Radio Mentari menggunakan sebagian besar strategi yaitu membangun kebiasaan (*habit formation*), mengontrol aliran pendengar (*control of audience flow*), pemilihan sumber daya program (*conservation of program resources*), dan daya tarik yang luas (*breadth of appeal*). Strategi kesesuaian dalam penelitian ini diterapkan dalam penentuan jadwal hanya berdasarkan pertimbangan narasumber dan observasi radio. Menurut Teori *Programming* yang disampaikan oleh Sydney W. Head dalam buku Eastman (2013), strategi *compability* menentukan kesesuaian penjadwalan program, pemilihan tipe program siar dan pokok masalah kebutuhan khalayak bagi pendengar, sehingga dalam penentuan waktu program siar perlu disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari pendengar. Radio Mentari akan mendapatkan pendengar secara maksimal ketika mengetahui kegiatan sehari-hari mereka (Eastman, 2013).

Kondisi tersebut juga terjadi dalam penelitian terdahulu di Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya yang tidak menyesuaikan aktivitas pendengar, melainkan menyesuaikan kebutuhan mereka dan menjadwalkan program yang berbeda jenis (Ine et al., 2019). RRI Jayapura dan Marauke dalam menyusun program siaran disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di wilayah perbatasan (Juditha et al., 2016) dan tidak mempertimbangkan aktivitas harian pendengarnya.

Dalam strategi membangun kebiasaan atau *habit formation*, hasil penelitian menunjukkan Radio Mentari memiliki *rundown* siaran yang tertulis pada “Blocking Acara Mingguan Radio Mentari 2020”. *Rundown* tersebut digunakan oleh penyiar sebagai acuan supaya konsisten, sehingga Radio Mentari tidak akan mudah kehilangan pendengarnya untuk pindah ke radio lain. Penelitian lain yang dilakukan oleh Setianingrum (2013) menyatakan dalam membangun kebiasaan pendengar program siaran Jimat Radio Istana memiliki jadwal penayangan yang disiarkan secara konsisten, sehingga pendengar akan terbiasa untuk mendengarkan program tersebut.

Adanya jadwal siar yang telah disusun oleh Radio Mentari dan dijalankan secara konsisten tidak jarang menimbulkan sifat fanatik pendengar. Karakter orang yang fanatik terlihat dari mereka

yang akan berusaha keras agar tidak ketinggalan episode berikutnya dalam serial favoritnya (Eastman 2013). Sifat fanatik ditunjukkan dengan hasil penelitian yang menyatakan beberapa pendengar yang datang ke Radio Mentari untuk melakukan interaktif secara langsung dengan radio. Bahkan tidak jarang ada pendengar dan klub otomotif yang datang langsung ke radio untuk melihat secara langsung (Prasetio et al., 2016).

Dalam strategi *control of audience flow*, Radio Mentari didukung oleh kondisi tidak adanya kompetitor sebagai radio kesehatan di Solo. Tidak adanya kompetitor di sektor radio kesehatan, akan lebih mudah dalam mengontrol pendengar dan membuat Radio Mentari menjadi sumber informasi kesehatan utama pendengar. Seperti Radio Republik Indonesia (RRI) Jayapura & Marauke, sebagian besar masyarakat di wilayah perbatasan Papua menjadikan radio tersebut sebagai sumber informasi utama mereka dan tidaklah sulit dalam upaya memaksimalkan jumlah pendengar (Juditha et al., 2016).

Strategi mengontrol aliran pendengar dilakukan dengan cara *countering* atau *blunting*. Radio Mentari melakukan metode *countering* melalui adanya program kesehatan yang lebih banyak dari pada radio yang ada di Kota Surakarta dan metode *blunting*. membuat program acara *talkshow* atau dialog interaktif yang mempersilahkan pendengar untuk menanyakan sesuatu melalui pesan singkat atau telepon. Program *Talkshow* yang membuka kesempatan pula kepada pendengar untuk mengajukan pertanyaan melalui pesan singkat dan telepon kepada narasumber mengenai *parenting* orang tua terhadap anak (Lidiawati, 2018). Sydney W. Head menjelaskan dalam bukunya Eastman (2013) bahwa metode *countering* lah yang dinilai sebagai strategi yang sangat penting karena berusaha mengarahkan berpindahnya pendengar dari *channel* kompetitor ke *channel* mereka sendiri.

Radio Mentari juga mencoba melakukan pendekatan dengan pendengar melalui *giveaway* dan adanya pengumuman kuis melalui *Instagram* serta mengandalkan hubungan kedekatan antara penyiar dan pendengar. Pendengar akan merasa diperhatikan dan diharapkan menjadi pendengar setia Radio Mentari. Adanya kedekatan disuatu hubungan akan meningkatkan kekuatan emosi positif dan semakin meningkatkan loyalitas seseorang (Sierra & McQuity, 2005). Hal tersebut merupakan upaya dalam melaksanakan metode *countering* yang dilakukan Radio Mentari untuk menjaga pendengar supaya tidak berpindah ke radio lain (Eastman, 2013).

Strategi keempat, yaitu pemeliharaan sumber daya program atau *conservation of program*

resources yang dilakukan oleh Radio Mentari adalah melalui konten dan penyiar. Sumber daya konten dengan reproduksi dan pemecahan konten menjadi beberapa program acara, sedangkan sumber daya yang kedua melalui kompetensi penyiar Radio Mentari.

Seorang penyiar radio memiliki ciri komunikasi yang kuat dengan menunjukkan keterampilan dalam berimprovisasi saat siaran (Borrego et al., 2007). Kompetensi seorang penyiar tidak boleh diabaikan begitu saja oleh pihak radio karena penyiar merupakan ujung tombak radio yang secara langsung berhubungan dengan pendengar. Bahkan kepiawaian penyiar dalam membawakan suatu program menjadi suatu parameter jumlah pendengar dan pemasukan iklan (Naiza, 2012). Salah satu kualifikasi penyiar radio yang baik harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik dalam berbahasa Inggris (Wahyuni, 2017). Radio Mentari perlu menghemat materi dalam melakukan siaran karena radio merupakan salah satu media yang terkenal “membakar” materi selain televisi (Eastman, 2013)

Strategi kelima, yaitu *breadth of appeal* atau daya tarik yang luas. Radio Mentari tidak hanya menyiarkan mengenai informasi kesehatan dan keagamaan. Namun, ada program pendidikan dan hiburan yang dikemas dengan tidak melupakan identitas Radio Mentari sebagai radio kesehatan yang bernuansa keagamaan. Sama halnya dengan Auto Radio yang berusaha memenuhi kebutuhan pendengarnya dalam memperoleh informasi umum, hiburan, dan tidak meninggalkan *basic* radio yang menyiarkan informasi otomotif (Prasetio et al., 2016).

Adanya program hiburan dan pendidikan tersebut mewakili minat selera pendengar. Terlihat bahwa Radio Mentari mengupayakan untuk menarik daya luas pendengar dengan memperhatikan minat pendengar yang berbeda-beda. Selain mendengarkan di radio, program yang disiarkan Radio Mentari dapat didengar kembali dan dilihat melalui video yang terdapat di sosial media mereka yaitu *Facebook* dan *Instagram*. Menurut data dari *We Are Social*, *Facebook* merupakan media sosial yang menempati urutan pertama dengan jumlah pengguna aktif bulanan (*monthly active user*) sebanyak 2,7 miliar pengguna per 25 Januari 2021 (*We Are Social*, 2021).

Radio Mentari FM perlu melakukan lima strategi *programming* yang disampaikan oleh Sydney W. Head. Dengan menerapkan strategi *programming* tersebut, maka Radio Mentari FM dapat mencapai suatu tujuan yang mereka rancang (Effendy, 2003) Selain itu, Radio Mentari dapat mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya yang mencakup mengenai tergaet audien dan target pendapatan (Morissan, 2015).

3. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa teori *programming* melalui strateginya dapat mendeksripsikan bagaimana Radio Mentari dapat bertahan sebagai radio kesehatan di Soloraya. Peneliti mengambil beberapa kesimpulan mengenai strategi yang telah dilakukan oleh Radio Mentari dalam memberikan informasi kesehatan kepada pendengar. Pertama, pemilihan jam tayang program kesehatan Radio Mentari tidak disesuaikan dengan pendengar melainkan menyesuaikan dengan jam kerja narasumber atau dokter RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Kedua, Radio Mentari masih menggunakan prediksi sebagai salah satu upaya dalam mengetahui bagaimana aktivitas sehari-hari pendengarnya. Ketiga, ada beberapa program yang diganti karena narasumber yang tidak datang mengisi program siar. Keempat, program kesehatan yang dihadirkan oleh Radio Mentari berupa *talkshow* dengan narasumber. Dan yang terakhir, Radio Mentari memanfaatkan media sosialnya untuk membagikan video siaran ulang bagi pendengar yang lebih menyukai secara visual dan audio daripada audio saja.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Radio Mentari hanya menggunakan empat dari lima elemen perencanaan strategi *programming*. Walaupun Radio Mentari tidak menjalankan strategi *compability*, mereka mampu menarik pendengar untuk mendengarkan program yang telah disiarkan. Penelitian ini terbatas pada organisasi Radio Mentari sebagai komunikator. Dalam penelitian selanjutnya, dibutuhkan analisis terkait dengan pendengar atau efek media untuk mengetahui kelengkapan fenomena terkait dengan radio kesehatan ini.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan terimakasih atas doa dan dukungan semangat dari kedua orang tua. Terimakasih kepada Ibu Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, arahan, dan dukungan selama proses penelitian. Terimakasih kepada pihak Radio Mentari yang telah mengizinkan untuk dijadikan tempat penelitian oleh peneliti. Dan yang terakhir, penulis mengucapkan terimakasih kepada Indri, Ikum dan teman-teman lainnya yang telah berkenan untuk membantu selama proses penyelesaian penelitian hingga penelitian ini dapat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Alo Liliweri, M. (2017). *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Ani Wulandari. (2013). Efektivitas Media Komunikasi M-Radio Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 389–410.
- Aprida, C., Rahman, M. A., & Rachman, W. A. (2015). Edukasi Kesehatan Melalui Program Acara Kesehatan Di Media Massa (Tvri Sulawesi Selatan). *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 11(1), 16–22. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/mkmi/article/view/510>
- Armelsa, D. (2018). Strategi Programming Di Radio Elangga. *Ejournal Bsi*, 9(2), 219–223. <http://ejournal.bsi.ac.id/jurnal/index.php/jkom/article/view/4477/2776>
- Armstrong, C. B., & Rubin, A. M. (1989). Talk Radio as Interpersonal Communication. *Journal of Communication*, 39(2), 84–94. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1989.tb01031.x>
- Asmaria, I., & Ponirin. (2013). *Perkembangan Amal Usaha Organisasi Muhammadiyah di Bidang Pendidikan dan Kesehatan Amal usaha Muhammadiyah*. 1(2), 101–111.
- Borrego, M. C., Gasparini, G., & Behlau, M. (2007). The Effects of a Specific Speech and Language Training Program on Students of a Radio Announcing Course. *Journal of Voice*, 21(4), 426–432. <https://doi.org/10.1016/j.jvoice.2006.03.003>
- Chambers, T. (2003). Radio Programming Diversity in the Era of Consolidation. *Journal of Radio Studies*, 10(1), 33–45. https://doi.org/10.1207/s15506843jrs1001_5
- Ine, T., Sidi, S., & Sudaryanto, E. (2019). *Strategi Komunikasi Program Siaran Acara “ Ketiban Sampur ” Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar (Studi Kasus : Rri Surabaya Pro 4 96 , 8 Surabaya)*. 5(02).
- Juditha, C., Medan, J., Barat, M., Telepon, N., & Jakarta, F. (2016). *STRATEGI PROGRAMMING RRI JAYAPURA & MERAUKE DALAM PENGUATAN NKRI DI WILAYAH PERBATASAN*. 45–62.
- Lidiawati, K. R. (2018). *Penyuluhan Parenting Melalui Program Talk-Show Di Radio*. 1, 1064–1074.
- Liliyana. (2017). Strategi Program Siaran Radio Dangdut Di Jakarta (Studi Kasus Pada Kenaikan Rating Radio Mersi Fm Tahun 2014). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 103–111. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3094>

- Naiza, R. (2012). Faktor-faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio Di Kota Semarang. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 77–86.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4450>
- Nur R, T. H., & Pamungkas, T. (2014). *Pandangan dan Harapan Khalayak terhadap RRI Jayapura : Sebuah Riset Audiens*. VI(1), 24–41.
<http://publikasiilmiah.ums.ac.id:80/handle/11617/4492>
- Nuraeni, R., Octaviani, F., & Aprianti, A. (2016). STRATEGI PROGRAMMING RADIO KOMUNITAS (Studi Kasus Radio Komunitas Seni Budaya (RKSb) Ujung Berung Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 2(1), 94.
<https://doi.org/10.25124/liski.v2i1.50>
- Prasetio, A., Sos, S., Si, M., Prodi, S., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2016). *STRATEGI PROGRAMMING AUTO RADIO 88 . 9 FM BANDUNG DALAM MENYIARKAN PROGRAM OTOMOTIF PROGRAMMING STRATEGY AUTO RADIO 88 . 9 FM BANDUNG TO BROADCASTING Abstrak Pendahuluan*. 3(1), 778–784.
- Putra, A. P., Shintya, Z., & Arisanty, M. (2019). Strategi Programming Program “Metro Pagi Primetime” Dalam Mempertahankan Rating. *Jurnal Common*, 3(1), 1–25.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1501>
- Setianingrum, M. Z. M. & V. M. (2013). STRATEGI PROGRAMMING RADIO ISTANA 95,0 FM BOJONEGORO (STUDI KASUS PADA PROGRAM SIARAN JIMAT DALAM MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN PENDENGAR). *Commercium*, 53(9), 1689–1699.
- Smith, M. L., Menn, M., & McKyer, E. L. J. (2011). Effectiveness of the Radio as a Health Information Source. *Journal of Radio and Audio Media*, 18(2), 196–211.
<https://doi.org/10.1080/19376529.2011.615776>
- Triyana, A. F. P. (2021). Strategi Programming Program Indonesia Pintar SCTV. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1), 1–14.
<https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/437>
- Wahyuni, N. (2017). The Effects of Implementing Workshop on Radio Broadcasting Class Towards Students Speaking Ability. *Script Journal: Journal of Linguistic and English*

Teaching, 2(1), 111. <https://doi.org/10.24903/sj.v2i1.78>

Widiyasari, A. A., Widagdo, M. B., Musyafi, & Ayun, P. Q. (2015). Jurnal Ilmu Komunikasi